

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Suasana Toko terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Kepuasan Konsumen pada Alfamart Jatisari Indah Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Alfamart Jatisari Indah Sidoarjo dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: 1) Citra Merek berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen, 2) Iklan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen, 3) Suasana Toko berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen, 4) Citra Merek berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen, 5) Iklan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Kepuasan Konsumen, dan 6) Suasana Toko tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas konsumen yang dimediasi Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Iklan, Suasana Toko, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of brand image, advertisement, and store atmosphere to the customer loyalty which is mediated by customer satisfaction at Alfamart Jatisari Indah Sidoarjo. This research is a causal comparative research. The population is all customers of Alfamart Jatisari Indah Sidoarjo and 100 respondents have been selected using purposive sampling technique with data collection by issuing the questionnaires. The data analysis technique has been done by using path analysis (Path Analysis).

Based on the result of data analysis and hypothesis test, it can be concluded as follows: 1) Brand image give direct influence to the customer loyalty, 2) advertisement gives direct influence to the customer loyalty, 3) shop atmosphere give direct influence to the customer loyalty, 4) brand image give indirect influence to the customer loyalty which is mediated by customer satisfaction, 5) advertisement does not give indirect influence to the customer loyalty which is mediated by consumer satisfaction, and 6) store atmosphere does not give indirect influence to the customer loyalty which is mediated by customer satisfaction.

Keywords: brand image, advertisement, store atmosphere, consumer loyalty, customer satisfaction